 © Авторы статьи / Authors of the article

ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ГРУППЫ ЯЗЫКОВ)/LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (INDICATING A SPECIFIC LANGUAGE OR GROUP OF LANGUAGES)

DOI: https://doi.org/10.60797/RULB.2026.83.2 EDN: XCKXXM

КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА "COMFORT" В ТРЕВЕЛ-ВЛОГАХ

Научная статья

Голец В.А.[1], Голубева Т.Н.[2], Орлова Н.А.[3], Петренко Д.А.[4]
[1] ORCID : 0000-0001-8276-5442;
[2] ORCID : 0009-0009-0565-0874;
[1, 2, 4] Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Российская Федерация
[3] Северо-Кавказский горно-металлургический институт (государственный технологический университет), Владикавказ, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (speterson[at]yandex.ru)

Предложена: 03.08.2026; Принята: 06.11.2026; Опубликована: 09.11.2026

Аннотация

Статья посвящена изучению лингвокогнитивных механизмов вербализации концепта «*comfort*» в англоязычных тревел-влогах — одном из наиболее динамичных жанров современного цифрового медиадискурса. Теоретической базой выступают положения когнитивной лингвистики об образ-схемах (Дж. Лакофф, М. Джонсон) и концептуальной метафоре, а также работы отечественных и зарубежных исследователей туристического дискурса. На материале видеороликов и текстовых публикаций американских блогеров *Lisa and Josh* выявлены ключевые лингвистические маркеры, репрезентирующие комфорт через образ-схему «контейнера», где комфортное пространство осмысляется как защищённый, контролируемый микромир, противопоставленный внешнему хаосу. Метафоры «пузыря» (*bubble*) и «убежища» (*shelter*), лексемы со значением домашнего и тактильного уюта, префиксальные образования со значением отсутствия стресса (*stress-free, seamless*), а также конструкции, подчёркивающие автономию личности, формируют целостную когнитивную модель комфорта как активной стратегии удержания контроля в условиях чужой среды. Результаты вносят вклад в теорию медиалингвистики и когнитивную семантику, уточняя жанровую специфику репрезентации базовых ценностей в цифровом путевом нарративе.

Ключевые слова: концепт "comfort", тревел дискурс, тревел влог, образ схема «контейнер», когнитивная метафора, медиалингвистика, языковая картина мира.

COGNITIVE AND DISCURSIVE PARAMETERS OF THE REPRESENTATION OF THE CONCEPT OF ‘COMFORT’ IN TRAVEL VLOGS

Research article

Golets V.A.[1], Golubeva T.N.[2], Orlova N.A.[3], Petrenko D.A.[4]
[1] ORCID : 0000-0001-8276-5442;
[2] ORCID : 0009-0009-0565-0874;
[1, 2, 4] Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russian Federation
[3] North Caucasus Mining and Metallurgical Institute (State Technological University), Vladikavkaz, Russian Federation

* Corresponding author (speterson[at]yandex.ru)

Suggested: 03.08.2026; Accepted: 06.11.2026; Published: 09.11.2026

Abstract

The article examines the linguocognitive mechanisms of verbalising the concept of ‘comfort’ in English-language travel vlogs — one of the most dynamic genres of contemporary digital media discourse. The theoretical framework is based on the principles of cognitive linguistics regarding image schemes (G. Lakoff, M. Johnson) and conceptual metaphor, as well as the work of Russian and international researchers in the field of tourism discourse. Based on video clips and text posts by the American bloggers *Lisa and Josh*, key linguistic markers have been identified that represent comfort through the ‘container’ image schemes, in which a comfortable space is conceptualised as a protected, controlled microcosm, set in contrast to external chaos. Metaphors such as ‘*bubble*’ and ‘*shelter*’ — lexemes denoting domestic and tactile comforts, prefixed forms signifying the absence of stress (*stress-free, seamless*), as well as constructions emphasising personal autonomy — form a holistic cognitive model of comfort as an active strategy for maintaining control in an unfamiliar environment. The results contribute to the theory of media linguistics and cognitive semantics, clarifying the genre-specific nature of the representation of core values in digital travel narratives.

Keywords: concept of ‘comfort’, travel discourse, travel vlog, ‘container’ image scheme, cognitive metaphor, medialinguistics, linguistic worldview.

 © Авторы статьи / Authors of the article

Введение

В последние десятилетия тревел-медиадискурс превратился в одну из наиболее влиятельных и динамично развивающихся сфер интернет-коммуникации. Особое место в этом пространстве занимают тревел-влоги — мультимодальные, интерактивные и субъективно окрашенные жанровые образования, в которых языковые средства служат одновременно инструментом персонализированной наррации и средством формирования туристических предпочтений аудитории. В рамках данного жанра особый интерес представляет концепт "comfort", выполняющий амбивалентную функцию: являясь концептуальным антиподом классической романтики «приключения» и преодоления, комфорт в цифровом медиа-употреблении трансформируется в базовую ценность, определяющую качество и успешность путешествия.

Актуальность исследования обусловлена, во-первых, недостаточной изученностью когнитивных механизмов вербализации комфорта в англоязычных тревел-влогах, несмотря на обилие работ, посвящённых туристическому дискурсу в целом [2], [3], [5], [7]. Во-вторых, концепт комфорта является одной из ключевых ценностей англо-американской цивилизации, что делает его анализ на материале аутентичных медиатекстов релевантным для понимания особенностей английской языковой картины мира. Как справедливо отмечает Р.Е. Богачёв, исследуя взаимосвязь концептов *home, freedom, privacy* и *common sense*, «концепт комфорта в английской культуре тесно связан с идеей личного пространства и контроля над окружающей средой» [1, С. 112]. Данное положение задаёт вектор анализа: комфорт здесь не сводится к физическому удобству, но включает психологический аспект — возможность контролировать своё окружение и сохранять автономию.

Цель настоящей работы — выявить и систематизировать когнитивно-дискурсивные параметры репрезентации концепта "comfort" в англоязычных тревел-влогах на примере блоггинг-дуэта *Lisa and Josh*. Эмпирической базой послужили видеоматериалы «*365 Days Around the World on a Budget*» [12] общей длительностью 67 минут и еженедельные текстовые посты «*Come on over for breakfast!*» [13] (для анализа задействовано 7 публикаций) американского дуэта *Lisa and Josh*, позиционирующих себя как экспертов по «умному» бюджетированию в путешествиях.

Теоретико-методологическое обоснование исследования

Теоретическую базу исследования составляют положения когнитивной лингвистики о концептуальной структуризации опыта через образ-схемы и метафорические проекции. Центральное место занимает теория образ-схем Дж. Лакоффа и М. Джонсона, согласно которой абстрактные понятия осмысляются через повторяющиеся пространственные паттерны, укорененные в телесном опыте [10]. Особо значимой является схема «контейнер» (*container*), обладающая четкой структурой (*interior, boundary, exterior*) и служащая основой для широкого круга метафор, проецирующих свойства контейнера на абстрактные домены.

В контексте туристического дискурса образ-схема «контейнер» приобретает особую актуальность, поскольку путешественники осмысляют перемещение между различными пространствами (отель, транспорт, город) как взаимодействие с защищенными или угрожающими «контейнерами». Универсальность данной когнитивной модели для осмысления туристического опыта подтверждается исследованиями применения схемы «контейнер» к архитектурным объектам и знакам в аэропортах [7], [9].

Методологически работа опирается на комплексный когнитивно-дискурсивный подход, интегрирующий элементы контекстуального и прагмастилистического анализа, что позволяет рассматривать языковые единицы в дискурсе с учетом коммуникативных интенций авторов и жанровых особенностей тревел-влога.

Как подчеркивают работы по медиалингвистике, тревел-блог как жанр интернет-коммуникации характеризуется диалогичностью, интерактивностью и поликодовостью [2], [6]. Это требует анализа как вербальных, так и паралингвистических средств. Исследователи также отмечают центральную роль метафор в туристических текстах для смыслопорождения, культурного фреймирования, персуазии и формирования ценностных ориентаций аудитории [8]. В настоящей работе мы сосредоточимся на вербальной репрезентации концепта, оставляя мультимодальный аспект для дальнейших изысканий.

Основные маркеры вербализации концепта "comfort"

Проведённый анализ эмпирического материала позволяет выделить четыре тематических блока лингвистических маркеров, верифицирующих вербализацию концепта «*comfort*» на лексическом, синтаксическом и метафорическом уровнях. Каждый блок отражает определённый аспект комфорта, связанный с базовыми ценностями англоязычной лингвокультуры. Отобранные для анализа 130 языковых маркеров были распределены по четырём тематическим блокам: контейнер/защита — 44 маркера (33,8%), домашний уют — 32 (24,6%), «бесшовный сервис» — 30 (23,1%), автономия и психологический комфорт — 24 (18,5%).

Первый блок маркеров репрезентирует концепт через образ-схему «контейнер», акцентируя идеи границы, защиты и контроля. Ключевой метафорой здесь выступает лексема *bubble* («пузырь»), которая эксплицирует представление о защищённом микромире. В одном из видео блогеры отмечают: «*Stepping back into our hotel room felt like entering a safe bubble away from the chaotic city streets*» (Вернувшись в наш гостиничный номер, мы почувствовали себя как в безопасной капсуле вдали от уличного хаоса) [12]. Метафора *a safe bubble* («безопасная капсула/пузырь)» представляет гостиничный номер как твёрдую оболочку, изолирующую субъекта от хаоса городских улиц. Концепт комфорта здесь сливается с идеей полного контроля над сенсорной нагрузкой, что согласуется с тезисом Р.Е. Богачёва о связи комфорта с контролем над средой [1].

Аналогичную функцию выполняет лексема *sanctuary* («убежище», «святилище»): «*After hours of travelling, we just needed to lock the door and have our own little sanctuary*» (После многочасового путешествия нам просто нужно было запереть дверь и устроить себе маленькое убежище) [13]. Глагол *lock* («запереть») подчёркивает физическое ограничение доступа внешнего мира, а сакральный оттенок *sanctuary* переводит комфорт из разряда бытовых удобств

 © Авторы статьи / Authors of the article

в категорию психологической безопасности. Контроль над микроклиматом также маркируется через оппозицию «снаружи vs внутри»: «*It's freezing outside, but inside this cabin, we've got total control over our environment*» (На улице холодно, но внутри этого домика мы полностью контролируем окружающую среду) [12]. Антонимический ряд *freezing vs control* оформляет комфорт как обладание властью над стихией.

Второй блок связан с вербализацией «домашнего уюта» в чужом пространстве. В англоязычной лингвокультуре комфорт неотделим от концепта *home* («дом»), что находит отражение в устойчивой идиоматической формуле *home away from home* («дом вдали от дома»): «*This Airbnb instantly felt like a home away from home, which is all you need after a long flight*» (В отеле Airbnb вы сразу почувствовали себя как дома вдали от дома, а это все, что вам нужно после долгого перелета) [13]. Данная формула работает как когнитивный ярлык, мгновенно снимающий стресс отчуждения и наделяющий временное жильё свойствами постоянного жилища. Лексика сенсорного уюта (*cozy, plush, warm*) активно используется для создания интимной атмосферы: «*We found the coziest little nook to unpack and finally breathe out*» (Мы нашли самый уютный уголок, чтобы распаковать вещи и наконец-то перевести дух) [12]. Суффиксальное образование превосходной степени *coziest* в сочетании с уменьшительным суффиксом в слове *nook* («уголок») создаёт эффект интимности, а фразеологизм *breathe out* («выдохнуть», «перевести дух») фиксирует соматическую реакцию на обретение комфорта — расслабление и снятие тревожности. Тактильный комфорт как элемент адаптации маркируется лексемами *clean sheets* и *proper mattress*: «*Having clean sheets and a proper mattress changes the entire game when you're on the road*» (Наличие чистых простыней и подходящего матраса меняет всю ситуацию, когда вы находитесь в дороге) [13]. Метафорическое выражение *changes the entire game* (дословно: «меняет ход игры») подчёркивает, что именно наличие физического удобства определяет успешность всего путешествия.

Третий блок маркеров отражает доступность благ цивилизации и безупречности сервиса (*seamless experience*). Для бюджетных путешественников, к числу которых относятся *Lisa and Josh*, комфорт часто переосмысляется как отсутствие логистических проблем. Заимствование термина *friction* («трение», «сопротивление») из сферы UX/UI-дизайна переносится на физическую реальность: «*The check-in was completely digital and seamless — zero friction*» (Регистрация была полностью цифровой и плавной — без трений) [12]. Комфорт определяется через отсутствие любых преград на пути взаимодействия с инфраструктурой. Предсказуемость как когнитивный компонент комфорта эксплицируется конструкцией just work: «*It's so refreshing when things just work the way they are supposed to*» (Это так приятно, когда все работает, как и должно) [13].

Неопределённость путешествия нивелируется предсказуемостью механизмов (транспорт, Wi-Fi, бытовые приборы). Устранение когнитивной нагрузки маркируется префиксальным образованием stress-free: «*Using this app made navigating the foreign transit system entirely stress-free*» (Использование этого приложения позволило полностью избавиться от стресса при навигации по зарубежной транзитной системе) [12]. Данное образование выступает прагматическим аксиологическим маркером: продукт или услуга оцениваются положительно лишь в том случае, если они экономят когнитивный ресурс туриста.

Четвёртый блок связан с психологическим комфортом и автономией личности. Согласно Р.Е. Богачёву, комфорт в английской картине мира тесно спаян с *privacy* («частной жизнью») и свободой [1]. Метафора *unplugging* («отключение от сети») рассматривается как инструмент обретения ментального комфорта: «*Sometimes you just need to unplug from the internet and enjoy your own company in silence*» (Иногда вам просто нужно отключиться от Интернета и насладиться тишиной в одиночестве) [13]. Пространство контейнера здесь расширяется до ментального уровня — изоляции от информационного шума. Свобода от социального давления маркируется конструкцией at our own pace: «*The best part of this rental is that we can wake up whenever we want and move at our own pace*» (Самое приятное в этой аренде то, что мы можем просыпаться, когда захотим, и двигаться в своем собственном темпе) [12]. Данная конструкция лингвистически оформляет концепт личной свободы (*freedom*), который, по классификации Р.Е. Богачёва, является когнитивным соседом комфорта [1]. Отсутствие внешнего расписания предстаёт как высшая форма комфортного существования.

Наконец, эмоциональная безопасность в паре концептуализируется через метафору *safe zone*: «*Even when things go wrong outside, being together means we're always in our safe zone*» (Даже когда вокруг что-то идет не так, быть вместе означает, что мы всегда в нашей безопасной зоне) [12]. В данном случае комфорт переносится с материальных объектов на межличностный уровень: партнёр по путешествию осмысляется как «живой контейнер», гарантирующий психологическую стабильность в условиях чужой культурной среды.

Модель концепта "comfort" может быть визуализирована: в ядре находится смысл «контролируемое безопасное пространство», которое разворачивается через образ-схему КОНТЕЙНЕР (*interior — boundary — exterior*); когнитивные признаки — защищённость, домашность, предсказуемость, автономия; языковые маркеры — *safe bubble, sanctuary, safezone, home away from home, cozy nook, clean sheets, proper mattress, seamless, stress-free, just work, zero friction, at our own pace, unplugging, own company*; дискурсивная стратегия — удержание контроля, минимизация риска, поддержание позитивной эмоциональности; жанровая рамка – американский бюджетный тревел-влог (рис. 1).

 © Авторы статьи / Authors of the article

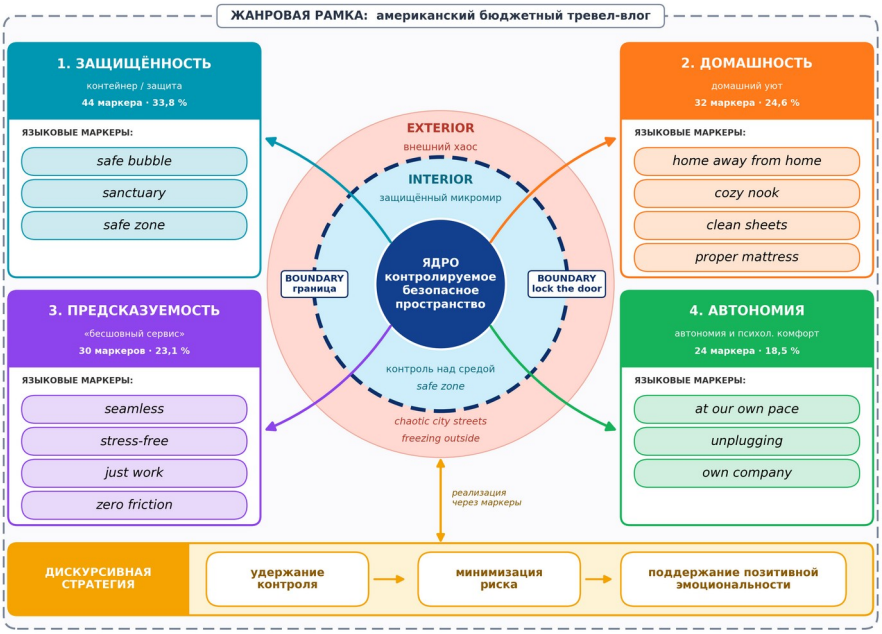


Рисунок 1 - Графическая модель концепта "comfort" в англоязычных тревел-влогах
DOI: https://doi.org/10.60797/RULB.2026.83.2.1

Примечание: процент – доля маркеров блога от 130 проанализированных языковых единиц

Обсуждение

Полученные результаты позволяют выйти за рамки простого перечисления лингвистических маркеров и обратиться к более глубоким когнитивным и дискурсивным механизмам. Прежде всего, образ-схема «контейнер» выступает не как обычный риторический приём, а как фундаментальный когнитивный инструмент осмысления туристического опыта, что подтверждается высокой частотностью метафор «пузыря», «убежища» и «безопасной зоны» в анализируемых текстах. Исследования показывают, что метафоры в туристическом дискурсе структурируют отношения между исходным и целевым доменами, выполняя одновременно референтную, эмотивную и директивную функции [4]. В случае с комфортом метафорическое проецирование схемы «контейнер» позволяет блогерам организовать сложный и многогранный опыт путешествия через понятные пространственные оппозиции: внутреннее vs внешнее, защищённое vs угрожающее, контролируемое vs хаотичное.

Особого внимания заслуживает амбивалентный характер концепта «*comfort*» в тревел-дискурсе. С одной стороны, комфорт выступает как антипод приключения — блогеры стремятся минимизировать дискомфорт и неопределённость, создавая «пузырь» привычных условий в чужом пространстве. С другой стороны, сама потребность в комфорте парадоксальным образом становится двигателем туристического опыта: именно наличие комфорта позволяет путешественнику безопасно «потреблять» экзотический опыт, не утрачивая привычных стандартов. Данное наблюдение согласуется с выводами исследований, согласно которым тревел-влогеры поддерживают последовательно позитивный эмоциональный стиль на протяжении всего нарратива, а комфорт выступает необходимым условием для поддержания этой позитивности [11]. Следовательно, комфорт в тревел-влогах не является пассивным состоянием, а представляет собой активную когнитивную стратегию, направленную на удержание контроля над средой и сохранение психологического равновесия.

Жанровая специфика тревел-влога также накладывает отпечаток на репрезентацию комфорта [5]. В анализируемом материале наблюдается активное использование суперлятивов (*coziest*, *best*) и эмоционально окрашенных конструкций, что свидетельствует о стремлении блогеров интенсифицировать переживание комфорта для аудитории. Префиксальные образования со значением отсутствия стресса (*stress-free*, *seamless*) отражают современную тенденцию к дематериализации комфорта — он всё чаще определяется через отсутствие негативных факторов, чем через наличие позитивных, что коррелирует с данными других исследований туристического дискурса [8].

Заключение

Анализ дискурса тревел-медиа на материале блоггинг-дуэта *Lisa and Josh*, демонстрирует, что концепт "comfort" когнитивно структурируется вокруг образ-схемы «контейнер» (*container*). Комфортное пространство концептуализируется как автономная, защищенная микросреда, функционально противопоставленная аксиологической неопределенности и рискогенному потенциалу внешней среды. Вербализация данной образ-схемы осуществляется посредством метафорических проекций, эксплицирующих когнитивные доминанты изоляции, безопасности и защиты. Образ-схема «контейнер» в данном контексте выполняет не только репрезентативную, но и конструктивную функцию, инкорпорируя смысловые компоненты, соотносимые с фундаментальными англоязычными концептами, такими как *home*, *privacy* и *freedom*.

В дискурсивном измерении концепт "comfort" функционирует как динамическая когнитивно-прагматическая стратегия, направленная на минимизацию экзистенциального риска в условиях путешествия. На языковом уровне эта

 © Авторы статьи / Authors of the article

стратегия реализуется через комплекс лексико-синтаксических маркеров, среди которых выделяются маркеры, актуализирующие феномен «дома» и уюта; маркеры, сигнализирующие о тактильной предсказуемости и физической безопасности; маркеры, обозначающие технологическую безупречность и бесконфликтность; маркеры, подчеркивающие субъектную автономию и контроль над процессом.

Лексико-синтаксический арсенал, включая оценочные предикаты, соматические маркеры, указывающие на физическое расслабление, и дейктические средства пространственной локализации, выполняет не только описательную, но и персуазивную функцию. Данные языковые средства служат инструментом управления эмоциональным состоянием реципиента, способствуя нивелированию коммуникативной дистанции и подчеркивая приоритетность концепта "comfort" в структуре тревел-влогинга, представленного *Lisa and Josh*.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Богачёв Р.Е. Отражение английской языковой картины мира в концептах «home», «freedom», «privacy», «common sense» : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Р.Е. Богачёв. — Белгород, 2007. — 210 с.

2. Дускаева Л.П. Познавательно-просветительская медиаречь: репрезентация коммуникативного сценария трэвел-медиатекстов / Л.П. Дускаева // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2014. — № 24 (26 (197)). — С. 85–92.

3. Калинин И.В. Концепции изучения трэвел-медиатекста (литературоведческая, маркетинговая и медиалингвистическая) / И.В. Калинин // Культурная жизнь Юга России. — 2018. — № 1. — С. 83–87.

4. Кормилина Н.В. Лексико-стилистические особенности англоязычных и русскоязычных тревел-блогов / Н.В. Кормилина, Н.Ю. Шугаева, Д.Н. Ерхонина // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. — 2025. — № 3(128). — С. 40–48. — DOI: 10.37972/chgpu.2025.128.3.005

5. Показаньева И.В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста / И.В. Показаньева // Universum: филология и искусствоведение. — 2015. — № 3–4(17). — С. 4.

6. Шмелева Т.В. Дискурс и исследовательский инструментарий медиалингвистики / Т.В. Шмелева // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2012. — № 15(18 (137)). — С. 157–163.

7. Buzrukova M. Metaphorization in tourism discourse: From the language of guidebooks to conceptual models in the global development of the tourism industry / M. Buzrukova // Geojournal of Tourism and Geosites. — 2025. — № 61(3). — P. 1751–1757.

8. Dai Y.Y. Conceptualization Research of Tourism "comfort": A Preliminary Study / Y.Y. Dai, X. Zhang, X. Feng // Ottoman Journal of Tourism and Management Research. — 2020. — Vol. 5. — P. 662–680.

9. Diweg-Pukanec M. Metaphors in tourism promotional discourse: a corpus-assisted study of the Cyril and Methodius cultural route / M. Diweg-Pukanec // ToSEE (Tourism in Southern and Eastern Europe 2025). — Opatija : Faculty of Tourism and Hospitality Management, 2025. — P. 157–162. — DOI: 10.20867/tosee.08.14

10. Lakoff G. Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. — New York : Basic Books, 1999. — 624 p.

11. Silaban P.H. How Travel Vlogs on YouTube Influence Consumer Behavior: A Use and Gratification Perspective and Customer Engagement / P.H. Silaban, W. Chen, T.S. Nababan et al. // Human Behavior and Emerging Technologies. — 2022. — P. 1–16. — DOI: 10.1155/2022/4432977

12. 365 Days Around the World on a Budget // Lisa and Josh. — 2025. — URL: https://www.youtube.com/watch?v=VT2hKsjANRc. (дата обращения: 03.08.26)

13. Come on over for breakfast // Lisa and Josh — travel-content creators. — 2025. — URL: https://www.lisaandjosh.com/breakfast-newsletter. (дата обращения: 03.08.26)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bogachyov R.E. Otrazhenie angliiskoi yazikovoi kartini mira v kontseptakh «home», «freedom», «privacy», «common sense» [Reflection of the English linguistic worldview in the concepts "home", "freedom", "privacy", and "common sense"] : dis....Candidate of Philological Sciences : 10.02.04 / R.E. Bogachyov. — Belgorod. — 2007. — 210 p. [in Russian]

2. Duskaeva L.P. Poznavatelno-prosvetitelskaya mediarech: reprezentatsiya kommunikativnogo stsenariya trevel-mediatekstov [Educational Media Speech: Representation of the Communicative Scenario of Travel Media Texts] / L.P. Duskaeva // Voprosi zhurnalistiki, pedagogiki, yazikoznaniya [Issues of Journalism, Pedagogy, and Linguistics]. — 2014. — № 24 (26 (197)). — P. 85–92. [in Russian]

3. Kalinin I.V. Koncepcii izucheniya tre'vel-mediateksta (literaturovedcheskaya, marketingovaya i medialingvisticheskaya) [Concepts of studying travel media texts (literary, marketing, and media linguistic)] / I.V. Kalinin // Cultural life in the South of Russia. — 2018. — № 1. — P. 83–87. [in Russian]

 © Авторы статьи / Authors of the article

4. Kormilina N.V. Leksiko-stilisticheskie osobennosti angloyazy'chny'x i russkoyazy'chny'x trevel-blogov [Lexical and stylistic features of English- and Russian-language travel blogs] / N.V. Kormilina, N.Yu. Shugaeva, D.N. Erxonina // Bulletin of the I. Ya. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University. — 2025. — № 3(128). — P. 40–48. — DOI: 10.37972/chgpu.2025.128.3.005 [in Russian]

5. Pokazaneva I.V. Teoreticheskoe osmislenie osnov trevel-bloginga. Funktsionalnie otlichiya trevel-blogera i trevel-zhurnalista [Theoretical understanding of the basics of travel blogging. Functional differences between a travel blogger and a travel journalist] / I.V. Pokazaneva // Universum: filologiya i iskusstvovedenie [Universum: Philology and Art History]. — 2015. — № 3–4(17). — P. 4. [in Russian]

6. Shmeleva T.V. Diskurs i issledovatel'skij instrumentarij medialingvistiki [Discourse and Research Tools in Media Linguistics] / T.V. Shmeleva // Issues of Journalism, Pedagogy, and Linguistics. — 2012. — № 15(18 (137)). — P. 157–163. [in Russian]

7. Buzrukova M. Metaphorization in tourism discourse: From the language of guidebooks to conceptual models in the global development of the tourism industry / M. Buzrukova // Geojournal of Tourism and Geosites. — 2025. — № 61(3). — P. 1751–1757.

8. Dai Y.Y. Conceptualization Research of Tourism "comfort": A Preliminary Study / Y.Y. Dai, X. Zhang, X. Feng // Ottoman Journal of Tourism and Management Research. — 2020. — Vol. 5. — P. 662–680.

9. Diweg-Pukanec M. Metaphors in tourism promotional discourse: a corpus-assisted study of the Cyril and Methodius cultural route / M. Diweg-Pukanec // ToSEE (Tourism in Southern and Eastern Europe 2025). — Opatija : Faculty of Tourism and Hospitality Management, 2025. — P. 157–162. — DOI: 10.20867/tosee.08.14

10. Lakoff G. Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. — New York : Basic Books, 1999. — 624 p.

11. Silaban P.H. How Travel Vlogs on YouTube Influence Consumer Behavior: A Use and Gratification Perspective and Customer Engagement / P.H. Silaban, W. Chen, T.S. Nababan et al. // Human Behavior and Emerging Technologies. — 2022. — P. 1–16. — DOI: 10.1155/2022/4432977

12. 365 Days Around the World on a Budget // Lisa and Josh. — 2025. — URL: https://www.youtube.com/watch?v=VT2hKsjANRc. (accessed: 03.08.26)

13. Come on over for breakfast // Lisa and Josh — travel-content creators. — 2025. — URL: https://www.lisaandjosh.com/breakfast-newsletter. (accessed: 03.08.26)